

Pola Komunikasi Karyawan Introvert Dalam Peningkatan Kinerja PT Allianz Life Indonesia

Gerry Fathullah¹, Ibnu Hamad², Mediana Handayani¹

¹Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia

²Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia

E-mail penulis pertama/korespondensi : gfathullah@yahoo.com

Abstract

This study aims to analyze the communication patterns of introvert employees in realizing good performance at the Synergy Agency of PT Allianz Life Indonesia. The background of this study is based on the phenomenon that individuals with introvert personalities tend to be less prominent in competitive and open work environments, compared to their extrovert colleagues. Introvert personalities are generally reflective, more comfortable working individually, and require special communication strategies in an organizational context. This study uses a qualitative approach with a constructivism paradigm and phenomenological methods to explore the subjective experiences of introvert employees. Data collection techniques were carried out through in-depth interviews and focus group discussions (FGD). The results of the study indicate that interpersonal communication patterns are key to bridging communication barriers between introvert employees and their work environment. Introvert employees have been shown to be able to adapt through a business partner mindset that replaces the superior-subordinate hierarchy, and actively participates in team discussions and brainstorming. These findings confirm that inclusive and adaptive interpersonal communication strategies can improve the performance of introvert employees in work teams. Thus, it is important for organizations to build a communication ecosystem that supports personality differences in a professional environment.

Keywords: Communication Patterns; Introverts; Performance

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi karyawan introvert dalam mewujudkan kinerja yang baik di Agency Synergy PT Allianz Life Indonesia. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena bahwa individu dengan kepribadian introvert cenderung kurang menonjol dalam lingkungan kerja yang kompetitif dan terbuka, dibandingkan dengan rekan mereka yang ekstrovert. Kepribadian introvert umumnya bersifat reflektif, lebih nyaman bekerja secara individual, dan membutuhkan strategi komunikasi khusus dalam konteks organisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan metode fenomenologi untuk menggali pengalaman subjektif para karyawan introvert. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus (FGD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi interpersonal menjadi kunci dalam menjembatani hambatan komunikasi antara karyawan introvert dengan lingkungan kerjanya. Karyawan introvert terbukti mampu menyesuaikan diri melalui pola pikir business partner yang menggantikan hierarki atasan-bawahan, serta aktif berpartisipasi dalam diskusi dan brainstorming tim. Temuan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi interpersonal yang inklusif dan adaptif dapat meningkatkan kinerja karyawan introvert dalam tim kerja. Dengan demikian, penting bagi organisasi untuk membangun ekosistem komunikasi yang mendukung perbedaan kepribadian dalam lingkungan profesional.

Kata Kunci : Pola Komunikasi; Introvert; Kinerja

PENDAHULUAN

Komunikasi yang efektif dapat diartikan apabila komunikasi mampu menghasilkan perubahan sikap pada orang lain yang bisa terlihat dalam proses komunikasi. Pada dasarnya tujuan dari komunikasi efektif adalah memberikan kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi informasi (komunikator) dan penerima informasi (komunikan) sehingga bahasa yang digunakan oleh pemberi informasi lebih jelas dan lengkap, serta dapat dimengerti dan dipahami dengan baik oleh penerima informasi, atau komunikan.

Komunikasi yang efektif antara atasan dengan bawahan akan terjadi apabila atasan mau membuka diri untuk memahami lawan bicara, dan begitu pula sebaliknya, sebagai bawahan harus memiliki kepribadian yang ideal sehingga terciptanya kesinambungan persepsi komunikasi antara keduanya. Memang setiap individu memiliki jenis kepribadian yang berbeda-beda tergantung dari lingkungan keluarga maupun lingkungan dimana individu tersebut beraktifitas atau berkehidupan.

Jika dilihat dari fenomena kepribadian extrovert dan introvert pada ruang lingkup hubungan antara atasan dan bawahan maka didalam proses komunikasi yang terjadi terdapat pola komunikasi yang terbentuk dari individu-individu yang terlibat di dalamnya. Artinya didalam bentuk pola komunikasi yang ada terdapat strategi komunikasi yang dilakukan apabila memiliki lawan bicara (atasan maupun bawahan) yang memiliki kepribadian introvert dan ekstrovert.

Mereka yang berkarakter introvert memang memiliki tendensi untuk membangun komunikasi yang lebih berkualitas dengan konsep one on one, karakter introvert biasanya akan berhasil membuat para bawahannya nanti merasa lebih didengarkan dan dihargai. Berikutnya sifat dasar seorang introvert yang cenderung pendiam. Karakter introvert memang cenderung enggan menyombongkan diri hanya untuk mendapatkan perhatian orang-orang disekitarnya. Karyawan berkarakter introvert memiliki kemampuan dalam fokus terhadap suatu masalah. Hal ini karena introvert memang cenderung senang menyendiri dan memang lebih suka menyendiri karena pada dasarnya mereka membutuhkan periode tenang untuk mengolah informasi dan ide. Artinya, mereka mengambil waktu untuk berpikir baik sebelum bicara dan bertindak. Bagi pemimpin yang berkarakter introvert, setiap gerak-gerik direncanakan dengan matang untuk meminimalisir kegagalan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka muncul permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut Adanya perbedaan karakteristik komunikasi antara atasan dan bawahan dapat terjadi akibat kepribadian introvert diantara keduanya, yang kedua Dibutuhkan pemahaman untuk menghadapi individu yang memiliki kepribadian introvert, terutama cara untuk berkomunikasi interpersonal yang tepat dengan individu yang memiliki kepribadian introvert, yang ketiga agar tercapainya keberhasilan komunikasi dalam organisasi perlu ditemukan pola dan strategi komunikasi interpersonal untuk menyelesaikan permasalahan hambatan dalam berkomunikasi dengan individu yang memiliki kepribadian introvert. Penelitian ini berfokus pada yang pertama bagaimana pola komunikasi karyawan berkarakter introvert di dalam upaya meminta kejelasan *jobdesk* pada atasannya ?, dan yang kedua bagaimana

pola Komunikasi karyawan berkarakter introvert di dalam memastikan pekerjaannya didukung oleh karyawan lain yang relevan dengan penugasannya ?. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu mengetahui dan menggambarkan pola komunikasi karyawan berkarakter introvert di dalam upaya meminta kejelasan *Jobdesk* pada atasannya. Yang kedua mengetahui dan menggambarkan pola Komunikasi karyawan berkarakter introvert di dalam memastikan pekerjaannya di dukung oleh karyawan lain yang relevan dengan penugasannya.

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin communis yang berarti sama, communico, communicatio, atau communocare yang berarti membuat sama (to make common). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama, jadi secara garis besarnya, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian. Pada hakikatnya komunikasi adalah pernyataan antar manusia, di mana ada proses interaksi antara dua orang atau lebih untuk tujuan tertentu. Kata Komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin communis yang berarti "sama", communico, comunicatio, atau communicare yang berarti "membuat sama" (to make common). Istilah pertama (communis) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama". (Mulyana, 2007: 4). Organisasi merupakan suatu struktur hubungan manusia. Struktur ini didesain oleh manusia dan karena itu tidak sempurna. De Vito (1997:337) yang dikutip oleh Burhan Bungin dalam bukunya Sosiologi Komunikasi menjelaskan bahwa: "Organisasi sebagai sebuah kelompok individu yang diorganisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Jumlah anggota organisasi bervariasi dari tiga atau empat sampai dengan ribuan anggota. Organisasi juga memiliki struktur formal maupun informal". (De Vito dalam Bungin, 2008: 271). Menurut Wiryanto di dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi ada beberapa arus komunikasi dalam komunikasi organisasi, antara lain : Komunikasi ke atas, komunikasi ke atas merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi, misalnya dari karyawan ke atasannya. Kedua yaitu komunikasi ke bawah Komunikasi ke bawah merupakan pesan yang dikirim dari tingkat hierarki yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah. Sebagai contoh, pesan yang dikirim oleh atasan kepada bawahannya. Bersamaan dengan pemberian pesan tersebut, biasanya diikuti dengan penjelasan prosedur, tujuan, dan sejenisnya. Para atasan juga bertanggung jawab memberikan penilaian terhadap karyawannya untuk memotivasi mereka. Komunikasi lateral. Komunikasi lateral adalah pesan antara sesama, yakni dari manajer ke manajer atau dari karyawan ke karyawan. Pesan seperti ini bias bergerak di bagian yang sama di dalam organisasi atau mengalir antar bagian. Komunikasi lateral ini memperlancar pertukaran pengetahuan, pengalaman, metode, dan masalah. Hal ini membantu organisasi untuk menghindari beberapa masalah dan memecahkan yang lainnya, serta membangun semangat kerja dan kepuasan kerja. (Wiryanto

2004:65). Menurut Utaminingsih (2014) Kepribadian merupakan sistem psikologis yang ada pada diri individu untuk menentukan penyesuaian khas yang dilakukan terhadap lingkungannya.

Dengan kata lain, kepribadian itu sendiri merupakan karakteristik umum serta kecenderungan seseorang dalam menentukan sifat yang ada pada dirinya, hal ini sering digambarkan dalam bentuk sifat seseorang yang dapat diukur pada saat berinteraksi dengan individu lainnya. Kepribadian merupakan cara seseorang dalam bereaksi dan berinteraksi dengan orang lain, artinya kepribadian itu sendiri adalah suatu hal yang timbul dari diri individu dalam menentukan sikap yang diambil dalam menghadapi situasi tertentu sehingga menimbulkan kesan bagi individu lainnya (Robbins, 2015). Menurut Wijono (2010) Seseorang yang memiliki kepribadian introvert merupakan individu yang memiliki sikap yang kompetitif tinggi, mampu mengerjakan sesuatu dengan cepat, sering mengalami ketegangan dalam menghadapi situasi tertentu serta mudah stress. Menurut Eysenck (dalam Suryabrata, 2015) tipe kepribadian introvert merupakan seseorang yang memiliki sifat pasif, berhati-hati, pemikir, damai, terkontrol, dapat diandalkan, dan tidak mudah berubah. Seorang introvert akan lebih menyukai suasana yang tenang dan tidak terlalu suka mengenal dunia luas. Sedangkan menurut Carl Jung Carl Jung, seseorang yang introvert adalah orang tidak mudah menyesuaikan diri dengan lingkungannya dan cenderung dipengaruhi oleh dunianya sendiri. Orang introvert memiliki karakteristik yang tertarik dengan pikiran dan perasaannya sendiri, tampil dengan wajah pendiam dan terlihat pemikir, biasanya tidak memiliki banyak teman karena sulit menjalin hubungan baru dengan orang lain, serta tidak suka dengan keramaian atau kunjungan yang tidak diharapkan (dalam Feist dan Robert, 2018).

Komunikasi interpersonal (komunikasi antarpribadi) menurut Joseph A. Devito merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan- pesan antara dua orang, atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Pendapat di atas dapat dikatakan bahwasannya komunikasi interpersonal terjadi pada dua orang atau lebih secara dialogis. Dialogis merupakan komunikasi yang terjadi secara timbal balik, maksudnya seseorang berbicara dan orang yang lainnya menanggapi secara langsung secara bergantian, dalam komunikasi ini seseorang memiliki peranan ganda yakni sebagai pembicara sekaligus pendengar, dalam proses komunikasi dialogis nampak adanya upaya dari para pelaku komunikasi untuk terjadinya pengertian bersama (mutual understanding) dan empati. Komunikasi interpersonal dinilai paling baik karena komunikasi interpersonal ini antara lain komunikasi berlangsung secara tatap muka (vis-a vis atau face to face), sehingga komunikator akan lebih mudah mengetahui reaksi yang diberikan oleh komunikan. Jika reaksi yang diberikan positif maka itu akan menambah keaktifan dalam berkomunikasi, namun jika reaksi yang diberikan negatif maka komunikator sebaiknya segera merubah gaya berkomunikasi agar komunikasi yang terjalin menjadi efektif. Etika komunikasi interpersonal, etika bisa dikatakan nilai, moral dan tingkah laku. Etika berlaku dalam segala disiplin ilmu begitupun dalam ilmu komunikasi. Kata etika menunjuk pada dua hal, yang

pertama: disiplin ilmu yang mempelajari nilai-nilai dan pembenarannya. Kedua: pokok permasalahan disiplin ilmu itu sendiri yaitu nilai- nilai hidup kita yang sesungguhnya dan hukum- hukum tingkah laku kita. Etika dibedakan dalam tiga pengertian pokok, yaitu ilmu tentang apa yang baik dan kewajiban moral, kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, dan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Kinerja adalah segala hasil capaian dari segala bentuk tindakan dan kebijakan dalam rangkaian usaha kerja pada jangka waktu tertentu guna mencapai suatu tujuan. Sebuah jawaban untuk pertanyaan dalam definisi kinerja menurut Robbin dalam Nawawi (2006: 62), yakni kinerja adalah jawaban atas pertanyaan "apa hasil yang dicapai seseorang sesudah mengerjakan sesuatu."

Mangkunegara (2000: 67) mengatakan bahwa kinerja pegawai adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Perhatian terhadap kinerja merupakan suatu hal yang perlu bagi sebuah organisasi ataupun perusahaan. Kinerja bukan hanya sekedar mencapai hasil tapi secara luas perlu memperhatikan aspek-aspek lain, sebagaimana definisi kinerja, menurut Prawirosentono (2008), kinerja (performance) adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.

Aliran fenomenologi lahir sebagai reaksi metodologi positivistik yang diperkenalkan Comte (Waters, 1994: 30). Pendekatan positivistik ini selalu mengandalkan seperangkat fakta sosial yang bersifat objektif, atas segala yang tampak secara kasat mata. Dengan demikian, metodologi ini cenderung melihat fenomena hanya dari kulitnya, dan kurang mampu memahami makna dibalik gejala yang tampak tersebut. Sedangkan fenomenologi berangkat dari pola pikir subjektivisme, yang tidak hanya memandang dari suatu gejala yang tampak, akan tetapi berusaha menggali makna di balik gejala itu (Campbel, 1994: 233).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan pola komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh karyawan berkepribadian introvert dalam lingkungan kerja organisasi, khususnya di Agency Synergy PT Allianz Life Indonesia, baik dalam konteks komunikasi vertikal dengan atasan terkait kejelasan tugas kerja (jobdesk), maupun komunikasi lateral dengan rekan kerja yang relevan dengan penugasannya. Penelitian ini juga bermaksud untuk mengidentifikasi bagaimana strategi komunikasi yang dikembangkan oleh individu introvert dalam menghadapi tantangan interaksi sosial di lingkungan kerja yang dinamis, serta bagaimana perubahan pola pikir dari hubungan atasan-bawahan menjadi kemitraan kerja (business partner) mampu memfasilitasi kinerja dan kontribusi mereka dalam tim kerja. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai mekanisme adaptasi komunikasi yang dilakukan oleh karyawan introvert dalam rangka mencapai kinerja optimal di dalam struktur organisasi modern.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada metode penelitian dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan metode penelitian yang dianggap paling relevan dengan pokok penelitian ini, yaitu pendekatan secara kualitatif, dimana untuk mengetahui dan mengamati segala hal yang menjadi ciri sesuatu hal. "Metode adalah proses, prinsip dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati masalah dan mencari jawabannya." (Mulyana, 2010: 145).

Tradisi fenomenologi memfokuskan perhatiannya terhadap pengalaman sadar seorang individu. Teori komunikasi yang masuk dalam tradisi fenomenologi berpandangan bahwa manusia secara aktif menginterpretasikan pengalaman mereka, sehingga mereka dapat memahami lingkungan melalui pengalaman personal dengan lingkungannya. Tradisi fenomenologi memberikan penekanan sangat kuat pada persepsi dan interpretasi dari pengalaman subjektif manusia. Pendukung teori ini berpandangan bahwa cerita atau pengalaman individu lebih penting dan memiliki otoritas yang lebih besar daripada hipotesis penelitian sekalipun (Morissan, 2013: 38).

Subjek dalam penelitian ini adalah orang yang memiliki status sebagai karyawan yang bekerja pada Agensi Synergy PT Allianz Life Indonesia yang memiliki tingkatan atau jenjang jabatan sehingga memiliki struktur komunikasi organisasi vertikal yang membentuk pola kerja atasan dan bawahan maupun sebaliknya. Untuk objek penelitian ini adalah kepribadian introvert yang terdapat pada lingkungan kerja sebagai atasan dan bawahan maupun sebaliknya. Kepribadian tersebut diatas menjadi objek penelitian dikarenakan fenomenologi hubungan dan pola komunikasi atasan dan bawahan memiliki hambatan dalam berkomunikasi diakibatkan adanya perbedaan tipe kepribadian pada setiap manusia.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pemilihan informan-informan pada penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling, sebagaimana maksud yang disampaikan oleh Sugiyono (2009:54) dalam buku Memahami Penelitian Kualitatif.

Berikutnya menggunakan FGD (Focus Group Discussion) adalah sebuah teknik pengumpulan data yang umumnya dilakukan pada penelitian kualitatif dengan tujuan menemukan makna sebuah tema menurut pemahaman sebuah kelompok (Bungin, 2005: 131). Teknik ini digunakan untuk mengungkapkan pemaknaan dari suatu kelompok berdasarkan hasil diskusi yang terpusat pada suatu permasalahan tertentu. FGD juga dimaksudkan untuk menghindari pemaknaan yang salah dari seorang peneliti terhadap fokus masalah yang sedang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Agensi Synergy PT Allianz Life Indonesia merupakan salah satu komunitas yang menaungi agen Allianz Star Network (ASN) yang berada di bawah hierarki seorang salah satu praktisi besar Irwan Poerwoko. Agensi ini memiliki fungsi

sebagai wadah dan juga sarana interaksi, komunikasi dan edukasi sesama agen. Komunitas ini juga melakukan perekrutan secara komprehensif dan teratur serta legal sehingga mampu bersinergi antara satu agen dengan agen yang lain.

Allianz Star Network (ASN) adalah salah satu kanal distribusi utama Perusahaan yang sangat penting karena menyumbangkan 61% dari total premi disetahunkan (Annualized Premium Equivalent/ APE) Perusahaan. Dan pada saat ini memiliki hampir 50 ribu agen yang tersebar di seluruh Indonesia, yang mana 69% agen tersebut adalah generasi milenial dan Gen-Z. Hal ini sangat penting mengingat generasi ini akan memiliki peran ekonomi yang sangat penting bagi Indonesia.

Pengumpulan data tentang pola komunikasi karyawan introvert pada proses bekerja dan ruang lingkup serta penugasannya didapatkan dari hasil wawancara menghasilkan data yang akan dipaparkan bahwa pola komunikasi karyawan introvert Agensi Synergy PT Allianz Life Indonesia dalam kejelasan jobdesk kepada atasannya : Peneliti menemukan fakta bahwa selain adanya kesamaan sebagai individu berkepribadian introvert, respon atau tanggapan yang diterima menjadi salah satu faktor penting mengapa para informan sangatlah mudah untuk membuka diri melalui hubungan pekerjaan atau di dalam sebuah tim. Hal tersebut diperkuat bahwa seseorang yang berkepribadian introvert sendiri cenderung sensitif. Oleh karena itu, peneliti melihat keterbukaan diri pada individu introvert terutama untuk informan yang berkepribadian introvert tersebut hingga kini terus berlanjut karena adanya respon-respon positif yang diterimanya sehingga memberikan pengalaman yang sangat baik bagi informan sendiri maupun bagi tim.

Namun pada saat ini narasumber memberikan fakta yang menjadi poin penting mengenai bagaimana awal mula seorang dengan kepribadian introvert mampu menjadi seorang agen asuransi yang sukses, yang mampu berinteraksi dan berkomunikasi dengan komunikan yang bersifat anonim dan heterogen. Pribadi introvert dapat berubah dan beradaptasi dengan lingkungan baru jika dipengaruhi komunikasi, interaksi, dan kebutuhan sosial. Yang kedua, pribadi introvert dapat berubah kearah ekstrovert dikarenakan faktor ekonomi/karier dalam pekerjaan. Kebutuhan hidup pada faktor ekonomi mampu memberikan efek yang baik terhadap karakter introvert dikarenakan pada studi pada bisnis asuransi membutuhkan pribadi yang mampu berkomunikasi dan interaksi dengan orang lain sebagai calon-calon nasabahnya yang secara langsung memberikan andil besar dalam peningkatan pendapatan maupun segi karier / jabatan dalam pekerjaan. Seorang dengan berkepribadian introvert sebagai seorang atasan tidak serta merta mampu cepat berubah, harus melalui proses belajar dan menerima segala bentuk kondisi dalam suatu pekerjaan, sehingga sebagai atasan yang berkepribadian introvert mampu mendelegasikan pekerjaan kepada bawahannya dengan baik walaupun harus melewati proses dan strategi dalam berkomunikasi dan berinteraksi.

Pola kerja yang mengutamakan etos business partner pada Agensi Synergy PT Allianz Life Indonesia justru meningkatkan interaksi dan komunikasi pada sebuah tim. Kemampuan dan kapasitas sebuah tim dalam mencapai sebuah target bukan hanya dibebankan pada 1 atau 2 orang saja. Namun

sesama anggota tim saling membantu satu sama lain jika sesama anggota tim memiliki kendala atau masalah yang tidak terpecahkan. Diskusi dan interaksi yang berkesinambungan membuat pribadi-pribadi introvert mampu menciptakan mindset bahwa lingkungan dimana sekarang dia berkehidupan tidak selamanya merugikan/mengancam diri pribadi introvert. Kepercayaan yang dibangun setiap waktu sebagai tim kerja memberikan dorongan diri agar mampu menjadi pribadi yang berubah menjadi pribadi yang kearah ekstrovert namun tidak sepenuhnya. Perubahan yang mereka (pribadi introvert) rasakan memberikan perasaan yang menyenangkan dan mampu mengusir semua pikiran buruk terhadap lingkungan di luar diri mereka.

Ditemukan juga bahwa fakta seorang atasan dan bawahan pada Agensi Synergy PT Allianz Life Indonesia sebisa mungkin memberikan kontribusi semaksimal mungkin dalam bidang kerja apapun sehingga dapat cepat tercapai tujuan yang diinginkan, patuh pada semua prosedur kerja, dan mengedepankan lingkungan kerja yang bersifat kekeluargaan. Pada dasarnya lebih mengutamakan kepentingan sebuah tim dengan mengubah mindset dalam pola pekerjaan dengan mengubah pola atasan dan bawahan menjadi business partner. Keterbukaan dan komunikasi yang efektif di dalam sebuah tim menjadikan sebuah dukungan yang berarti bagi setiap anggota tim. Ketidakpercayaan kepada orang lain memberikan perasaan tidak nyaman dan tidak aman kepada pribadi yang berkarakter introvert. Karakter ini membutuhkan kepercayaan lebih di dalam sebuah tim, dukungan di dalam setiap penugasan/instruksi atasan memberikan peran penting dalam memperkuat pandangan integritas sebuah tim. Integritas yang mampu memberikan rasa aman kepada anggota timnya untuk bekerja.

Pola komunikasi karyawan introvert Agensi Synergy PT Allianz Life Indonesia dalam memastikan pekerjaannya didukung oleh karyawan lain yang relevan dengan penugasannya. Pada hubungan interpersonal karyawan yang memiliki kepribadian introvert di Agensi Synergy PT Allianz Life Indonesia kebutuhan afeksi ini sudah tercipta antara individu satu dengan individu lain, antara atasan dan bawahan sudah tercipta kebutuhan afeksi. Atasan dan bawahan harus memiliki sifat afeksi atau sifat saling menyayangi dan menghargai dan semuanya harus disadari pada diri masing masing antara atasan dan bawahan demi tercipta suatu hubungan interaksi yang sehat dan nyaman.

Peneliti menemukan pula fenomena yang menyatakan beberapa kesamaan pengalaman, motif, dan cara berkomunikasi dari informan satu dengan informan lainnya. Hal tersebut memperlihatkan bahwa adanya faktor tujuan yang sama antara satu individu dengan individu lainnya yaitu respon atau tanggapan dan maupun dukungan yang diberikan. Karena itulah dengan adanya Agensi Synergy PT Allianz Life Indonesia bukan hanya sebagai wadah yang bersifat tempat kerja / sebuah perusahaan maupun komunitas bagi individu berkepribadian introvert, namun menjadi wadah komunikasi dan bersosialisasi. Pada umumnya seseorang dengan tipe berkepribadian introvert, dikenal dengan karakter pribadi yang sangat tertutup dengan lingkungan luar, adanya Agensi Synergy PT Allianz Life Indonesia memberikan ruang atau wadah bagi mereka

untuk bisa terbuka dan mengekspresikan diri satu sama lainnya.

Pada tipe orang dengan berkepribadian tertentu mempunyai gaya komunikasi yang khas / tersendiri. Dengan kata lain, bentuk kepribadian mempengaruhi bentuk komunikasi yang dilakukan individu tersebut. Individu yang tergolong sebagai individu yang berkepribadian introvert memiliki kekurangan dalam melihat objektivitasnya sehingga kurang dapat menerima pesan yang disampaikan dalam komunikasi dengan baik. Pada umumnya individu yang berkepribadian introvert merupakan pribadi yang tertutup dan sulit bergaul maka ia akan sulit membuka diri secara penuh dengan orang baru yang dikenal sehingga keterampilan komunikasi interpersonalnya kurang baik.

Pada pelaksanaan FGD dilakukan dalam kurun waktu 30-60 menit yang bertempat di kantor Agen Asuransi Allianz WTC Sudirman yang beralamat di World Trade Centre 3, Lantai 5, Jl. Jenderal Sudirman Kav. 29-31, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12920 yang dilakukan di ruang rapat terbatas dengan kapasitas hadirin 6 orang. Pada saat persiapan FGD dilakukan langkah menentukan kelompok karyawan yang memiliki kepribadian introvert yang memiliki jabatan sebagai atasan maupun bawahan. Misalnya apakah jenis kelamin, umur, pendidikan, status sosial ekonomi penting bagi topik penelitian. Berikutnya bahasan kelompok bervariasi seputar tipe kepribadian, cara atau pola komunikasi, etika berkomunikasi, strategi komunikasi dan juga komunikasi yang terjadi antara atasan dengan bawahan.

Pada dasarnya orang dilahirkan menjadi manusia yang sama namun kita tidak bisa menutup mata bahwa lingkungan keluarga menjadi salah satu faktor penentu suatu pembentukan karakter manusia. Faktor psikologi yang dialami seorang introvert tidak lepas dari bagaimana perlakuan orang tua terhadap anaknya. Hal ini yang pada akhirnya mempengaruhi seorang introvert menjalani kehidupan sosialnya.

Jika sekarang kita melihat dari sisi faktor lingkungan kerja organisasi, dapat dijelaskan bahwa pola komunikasi yang efektif, hubungan kerja harmonis, iklim kerja respek dan dinamis, peluang berkarir dan fasilitas kerja yang relatif memadai menjadi faktor bagaimana seorang introvert mampu meraih kinerja yang optimal. Partnership atau mitra memiliki arti teman, pasangan kerja, rekan, dan kawan kerja, sedangkan kemitraan adalah perihal hubungan atau jalinan kerja sama sebagai mitra. Business partnership akan memberikan perspektif unik yang dibawa oleh masing-masing mitra. Dalam bisnis, diskusi antar pihak jauh lebih baik daripada hanya satu pihak yang berpikir. Perdebatan tersebut nantinya akan menghasilkan kesimpulan yang jauh lebih baik daripada apa yang bisa dicapai oleh masing-masing mitra secara individual. Setiap partnership akan membawa pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan kontak mereka sendiri ke dalam bisnis. Hal ini berpotensi memberikan peluang sukses yang lebih baik daripada mitra yang berdagang secara individu.

Namun introvert akan berkembang dan terus mencari kesempatan untuk mengenal seseorang. Mereka perlu meruntuhkan tembok pembatas untuk mengenal seseorang lebih dalam. Introvert cenderung tidak menyukai obrolan ringan dan basa-basi. Kecenderungan introvert untuk memupuk persahabatan yang lebih bermakna secara positif membantu perusahaan untuk menciptakan

keterikatan dan kedekatan antara rekan kerja dan tim. Introvert lebih suka menjadi pendengar yang baik daripada harus berbicara singkat. Otomatis rekan kerja menganggap introvert sebagai orang yang setia serta empati. Lebih ingin mempelajari semua hal secara menyeluruh sehingga mengambil informasi tersebut dan membentuk pemahaman tentang rekan kerja. Introvert mengacu pada kecenderungan seseorang dalam mendapatkan energi dari waktu sendiri dan memproses informasi secara internal. Orang introvert cenderung lebih fokus pada pemikiran mereka sendiri, memiliki preferensi untuk berinteraksi dalam kelompok kecil, dan memperoleh energi dengan menghabiskan waktu sendiri. Mereka cenderung berpikir secara mendalam, reflektif, dan berhati-hati sebelum berbicara atau bertindak.

Berdasarkan hasil penelitian dengan melakukan observasi, wawancara dapat diambil beberapa kesimpulan. Kesimpulan tersebut dipaparkan berikut.

Kepribadian introvert pada umumnya dilihat dapat memiliki dampak negatif dalam kehidupan sosial maupun lingkungan pekerjaan serta memiliki keterbatasan dalam berkomunikasi dengan orang lain. Karena kepribadian merupakan aspek yang sangat penting dalam membentuk interaksi sosial. Kepribadian introvert cenderung lebih memilih waktu sendiri, merasa terstimulasi secara berlebihan oleh lingkungan yang ramai, dan lebih suka berfokus pada pemikiran dan refleksi pribadi. Namun kepribadian ini ditemukan bahwa mampu berubah dan berkembang sesuai dengan kebutuhan lingkungan dan tempat dalam berinteraksi sosial.

Pola komunikasi yang dilakukan oleh karyawan introvert di lingkup Agensi Synergy PT Allianz Life Indonesia dalam memastikan kejelasan *deskjob* pekerjaan dan memastikan pekerjaannya didukung oleh karyawan lain yang relevan dengan penugasannya adalah menggunakan pola komunikasi interpersonal yang juga didapati komunikasi organisasi keatas dan kebawah, serta lateral di dalam suatu tim kerja. Dalam membangun sebuah tim kerja di suatu perusahaan, diperlukan interaksi sesama karyawan. Interaksi yang memerlukan pribadi yang cenderung ekstrovert, namun pada penelitian ini ternyata disimpulkan bahwa karyawan dengan tipe introvert mampu berubah dan berkembang pada suatu tim kerja dikarenakan etos kerja yang diubah secara pola pikir dari pola atasan dan bawahan menjadi business partner. Dikarenakan etos kerja tersebut dalam memastikan *deskjob* pekerjaan menjadi lebih mudah dilakukan dikarenakan batasan yang biasanya terstruktur karena jabatan ini sangat mudah dilakukan dengan komunikasi interpersonal. Dalam memastikan pekerjaannya didukung oleh karyawan lain yang relevan penugasannya diperlukan waktu dan proses komunikasi yang cukup lama. Komunikasi interpersonal dengan sesama anggota karyawan menjadi pola komunikasi yang dilakukan karyawan dengan kepribadian introvert. Pada strategi komunikasi yang dilakukan karyawan yang memiliki kepribadian introvert cenderung berkomunikasi secara interpersonal sebelum mengemukakan pendapat dengan tim kerjanya, melakukan brainstorming dengan semua anggota tim kerja sehingga mampu meng-komunikasikan pesan dengan efektif.

KESIMPULAN

Karyawan dengan tipe introvert mampu berubah dan berkembang pada suatu tim kerja dikarenakan etos kerja yang diubah secara pola pikir dari pola atasan dan bawahan menjadi business partner. Pada strategi komunikasi yang dilakukan karyawan yang memiliki kepribadian introvert cenderung berkomunikasi secara interpersonal sebelum mengemukakan pendapat dengan tim kerjanya, melakukan brainstorming dengan semua anggota tim kerja sehingga mampu mengkomunikasikan pesan dengan efektif.

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian ini, disarankan agar perusahaan, khususnya manajemen sumber daya manusia di lingkungan Agency Synergy PT Allianz Life Indonesia, mengembangkan kebijakan komunikasi organisasi yang lebih inklusif terhadap keberagaman tipe kepribadian karyawan. Perlu adanya pelatihan komunikasi interpersonal dan penguatan budaya kerja kolaboratif yang mendukung individu dengan kepribadian introvert agar dapat berkontribusi secara optimal dalam tim kerja. Selain itu, perusahaan sebaiknya mendorong pola kepemimpinan partisipatif yang memposisikan setiap karyawan sebagai mitra kerja (business partner), bukan semata bawahan, guna membangun rasa percaya diri, keamanan psikologis, dan keterbukaan komunikasi. Untuk pengembangan penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan objek penelitian pada organisasi dengan karakteristik industri yang berbeda, serta mengkaji variabel lain seperti dinamika kepemimpinan, budaya organisasi, dan penggunaan media komunikasi digital dalam mendukung efektivitas komunikasi karyawan introvert di era kerja hybrid atau digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, O. (2013). *Dasar-dasar public relations*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Bungin, B. (2008). *Sosiologi komunikasi: Teori, paradigma, dan discourse teknologi komunikasi di masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2006). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Danandjaja. (2011). *Peran humas dalam perusahaan*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Effendy, O. U. (2008a). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek* (Cet. ke-19). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2008b). *Hubungan masyarakat*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2008c). *Dinamika komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Feist, G. J., Roberts, T. A., & Jung, C. J. (2018). *Teori kepribadian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hasibuan, M. S. P. (2011). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mulyana, D. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2011). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Morissan. (2013). *Teori komunikasi: Individu hingga massa*. Jakarta: Kencana.
- Purwanto, D. (2013). *Komunikasi bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Rakhmat, J. (2013a). *Metode penelitian komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2013b). *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Karya Nusantara.
- Ruslan, R. (2013). *Metode penelitian PR dan komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sendjaja, S. D. (2010). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Utaminingsih, A. (2014). *Perilaku organisasi*. Malang: UB Press.
- Wijono, S. (2013). *Psikologi industri dan organisasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Wiryanto. (2012). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Grasindo.